



Inge van der Weij, Elcin Visser en Doris Bartels

ting te versterken. Samen besloten ze het idee verder uit te werken, met als eerste product een Haarlemmermeers servies, 'een verhaal op tafel'. Doris ging verder aan de slag en zocht voor elke kern een typisch beeldmerk, iets wat de kern vertegenwoordigde. Bij sommige plaatsen viel dat niet mee. Dus ging zij met de auto kriskras de polder door. Letterlijk de kernen ontdekken en beleven. Uiteindelijk kwam Doris tot 26 beeldmerken die ze met de hand uitwerkte tot bijzondere iconen.

Enkele maanden later presenteerden ze de uitgewerkte ideeën aan Adam Elzakalai, wethouder Citymarketing. Hij reageerde direct enthousiast. Een paar dagen later was ook de rest van het college vol lof en er kwam een 'go' om het concept verder uit te werken tot een eigen servieslijn.

Elcin kreeg de coördinatie voor verdere interne organisatie en realisatie. Zij ging in gesprek met Bas Rouendal (Facility Management) en Casper Striekwold (Sodexo) om te kijken waar een servies aan moet voldoen: functioneel, stapelbaar en kan het in de vaatwasser? Uiteindelijk werd met Maastricht Porselein de juiste click gevonden; een modern en smaakvol servies van goede kwaliteit. Bovendien bleek deze fabrikant samen te werken met de 'Stichting Goederen voor Roemenië' waardoor het oude servies een tweede leven krijgt in Roemenië.

Als kerstcadeautje ontvingen wij ook allemaal een mok met zo'n Haarlemmermeers beeldmerk. Erg leuk maar ook veel duurzamer dan de plastic bekertjes waarin we onze koffie, thee of chocolademelk uit de automaat tappen.

Ons nieuwe servies is een verhaal op tafel. Een mooi voorbeeld van een goede samenwerking tussen verschillende teams. En wellicht een begin van nog meer mooie producten. Wie weet!

## Een verhaal op tafel

**Het is je ongetwijfeld opgevallen: overal heeft een geweldig nieuw servies zijn intrede gedaan. Alle kopjes en bekers hebben een prachtig plaatje van alle 26 kernen van Haarlemmermeer. Op Stoom ging op zoek naar de achtergrond... Wat is het verhaal achter dit servies, waar komt het vandaan?**

Ik spreek drie enthousiaste dames; Inge van der Weij, Elcin Visser (beiden van Citymarketing) en Doris Bartels (Online Team), die alle drie enorm trots zijn op het servies. En terecht, de kop en schotels zijn een grote aanwinst. Doris is de ontwerpster van het servies. Zij volgde een opleiding Grafische Vormgeving en als eindredacteur van het Online Team was het haar al opgevallen dat inwoners trots zijn op hun kern, hun eigen identiteit. Maar ook dat Haarlemmermeer al die verschillen samen brengt: zowel de historie als de toekomst, de cultuur en de natuur.

Daar wilde ze iets mee, in ieder geval iets grafisch, iets 'Haarlemmermeers'. De eerste ideeën voor een Haarlemmermeerse productlijn waren geboren. 'Hoe gaaf zou het zijn als inwoners van Haarlemmermeer zelf die trots willen uitdragen via een mooi product? En dit versterkt natuurlijk het doel van citymarketing', aldus Doris.

Ze werkte haar concept in grote lijnen uit en stapte naar Inge die gelijk enthousiast reageerde. Inge was al langer op zoek naar manieren om de reeds bestaande citymarke-



Inwoners zijn trots op hun kern, hun eigen identiteit.